

PROGRAMACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO DE LA INVESTIGACIÓN

SKU: EVOL-3342-VNO-A | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [75](#)

Acreditado por Universidad [SI](#)

Créditos ECTS [3](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Aplicar técnicas de organización del trabajo de campo a realizar por un equipo de encuestadores a partir de un plan de investigación de mercados
- Aplicar métodos de control y evaluación del trabajo de campo en el seguimiento de las actividades y desempeño del trabajo de campo
- Elaborar informes en las diferentes fases de organización y control de la actividad y desempeño de los encuestadores

Contenidos

UD1. Planificación y organización del trabajo de campo de una investigación de mercados.

- 1.1. Definición del plan de trabajo de campo en una investigación de mercados.
- 1.2. Fases del trabajo de campo en una investigación de mercados.
- 1.3. Planificación de los medios necesarios para el trabajo de campo.
- 1.4. La red de campo.
- 1.5. Localización física de la muestra.
- 1.6. Simulación de la planificación del trabajo de campo en una investigación de mercados. Caso práctico.

UD2. Control y evaluación del desempeño del trabajo de campo de una investigación de mercados.

- 2.1. Métodos de evaluación del desempeño del trabajo de campo.
- 2.2. Edición y control de calidad.
- 2.3. Control de la muestra.
- 2.4. Control de la información falseada.
- 2.5. Conceptos básicos, ventajas e inconvenientes de la evaluación del desempeño de encuestadores.
- 2.6. Verificación de los cuestionarios: edición, codificación y transferencia de datos.



2.7. Sistemas de control telefónico de los cuestionarios reacción ante el entrevistador.

2.8. Aplicaciones informáticas para la recogida de información por ordenador (CAPI y CATI) en el control del trabajo de campo.

